

De una pequeña empresa tradicional a un grupo internacional: estructurando el crecimiento del Grupo Aganova

María-Ángeles Rastrollo-Horrillo, Marisa Rastrollo, Agustín Ramírez

Resumen

Esta investigación muestra cómo el modelo socio-económico desarrollado por el ISEOR ha contribuido a superar las barreras internas que dificultaban el aprovechamiento de los mercados nacionales e internacionales de un grupo empresarial español. Los hallazgos revelan como las deficiencias organizativas se acentúan al penetrar en mercados internacionales, por las dificultades añadidas de la distancia física, psíquica y cultural. Y esto ocurre incluso en empresas que cuentan con importantes ventajas competitivas, como patentes internacionales. Estos resultados enriquecen la literatura sobre crecimiento de las empresas y tienen importantes implicaciones prácticas de gestión.

Palabras clave

Costes ocultos. Estrategia. Competencias directivas. Pilotaje económico. Descentralización sincronizada. PYME. Internacionalización. Consolidar lo interno.